



KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PADA PT TELEPORT DATA PERSADA

DEDE ISMA MAULANA



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran Pada PT Teleport Data Persada” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Dede Isma Maulana
J3A919408

ABSTRAK

DEDE ISMA MAULANA. Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran Pada PT Teleport Data Persada. Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Komunikasi dalam upaya mendukung pemasaran memegang peranan penting karena menyampaikan informasi tentang produk dan jasa yang dimiliki perusahaan sekaligus meyakinkan pelanggan untuk membeli produk tersebut dan pelayanan jasa yang ditawarkan perusahaan. Salah satu bentuk komunikasi yang digunakan dalam upaya mendukung pemasaran suatu perusahaan adalah komunikasi interpersonal. Penelitian ini untuk mencari tahu bagaimana komunikasi antarpribadi dalam mendukung pemasaran pada PT Teleport Data Persada. PT Teleport Data Persada merupakan perusahaan yang menyediakan jasa jaringan telekomunikasi dan jasa instalasi. PT. Teleport Data Persada berlokasi di Perum Puri Rangkapan Jaya 2, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga April 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan berdasarkan teori komunikasi antarpribadi dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh petugas pemasaran dalam mendukung pemasaran pada PT Teleport Data Persada adalah dengan cara melakukan persiapan yang baik, melakukan strategi komunikasi dan melakukan komunikasi persuasif kepada klien/pelanggan. Juga kegiatan komunikasi antarpribadi dalam mendukung pemasaran pada PT Teleport Data Persada memiliki beberapa hambatan di dalam pelaksanaannya yang dapat menyebabkan proses pelaksanaan pemasaran terganggu dan tidak berjalan dengan lancar seperti penggunaan bahasa teknis, kurangnya kemampuan petugas pemasaran memiliki kemampuan komunikasi antarpribadi, masih kurang tertanamnya sikap empati pada diri petugas pemasaran dan perbedaan persepsi, sehingga perlu ditingkatkan lagi kemampuan komunikasi antarpribadi dan profesionalisme *marketing* PT Teleport Data Persada di masa mendatang agar dapat mendukung pemasaran.

Kata kunci: Komunikasi Antarpribadi, Pemasaran

ABSTRACT

DEDE ISMA MAULANA. Interpersonal Communication in Supporting Marketing at PT Teleport Data Persada. Supervised by LEONARD DHARMAWAN.

Communication in an effort to support marketing plays an important role because it conveys information about the products and services owned by the company while convincing customers to buy the products and services offered by the company. One form of communication used in an effort to support a company's marketing is interpersonal communication. This study aims to find out how interpersonal communication supports marketing at PT Teleport Data Persada. PT Teleport Data Persada is a company that provides telecommunications network services and installation services. PT. Teleport Data Persada is located in Perum Puri Rangkapan Jaya 2, Pancoran Mas District, Depok City. The research was conducted from February to April 2024. This study uses a descriptive qualitative method based on the theory of interpersonal communication and marketing. The results of the study indicate that interpersonal communication carried out by marketing officers in supporting marketing at PT Teleport Data Persada is by making good preparations, implementing communication strategies and conducting persuasive communication to clients/customers. Also, interpersonal communication activities in supporting marketing at PT Teleport Data Persada have several obstacles in their implementation that can disrupt the marketing implementation process and not run smoothly, such as the use of technical language, lack of ability of marketing officers to have interpersonal communication skills, lack of empathy in marketing officers and differences in perception, so it is necessary to improve interpersonal communication skills and marketing professionalism at PT Teleport Data Persada in the future in order to support marketing.

Keywords: Interpersonal Communication, Marketing



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PADA PT TELEPORT DATA PERSADA

DEDE ISMA MAULANA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Mulyono, S.Pt., MTI



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

Judul Laporan : Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran Pada
PT Teleport Data Persada

Nama : Dede Isma Maulana

NIM : J3A919408

Disetujui oleh:

Pembimbing:

Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si.



Diketahui oleh:

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 17 September 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanaahu Wa Ta’ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak 21 Februari sampai dengan 21 April 2024 ini ialah komunikasi antarpribadi, dengan judul “Komunikasi Antarpribadi dalam Mendukung Pemasaran Pada PT Teleport Data Persada”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, bapak Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Terima kasih juga kepada bapak Mulyono, S.Pt., MTI. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Slamet Trisno selaku Direktur Utama PT Teleport Data Persada yang telah memberi izin penelitian, Pupu Anggraini selaku *Marketing, Finance & HR Manager* PT Teleport Data Persada beserta staf PT Teleport Data Persada yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayahanda Uding dan Ibunda Iis Irawati, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya dalam mendukung terwujudnya karya ilmiah ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Dede Isma Maulana

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kajian Terdahulu	4
2.2 Kajian Teori	6
2.2.1 Komunikasi	6
2.2.2 Komunikasi Antarpribadi	11
2.2.3 Pemasaran	20
2.3 Kerangka Pemikiran	24
III METODE	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu	25
3.3 Data dan Instrumen	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Subjek Penelitian	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Penelitian	28
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	28
4.1.2 Sejarah PT Teleport Data Persada	28
4.1.3 Visi dan Misi PT Teleport Data Persada	29
4.1.4 Struktur Organisasi PT Teleport Data Persada	30
4.1.5 Logo PT Teleport Data Persada	33
4.2 Komunikasi Antar Pribadi Dalam Mendukung Pemasaran	34
4.2.1 Tahap-Tahap Komunikasi Antarpribadi Pemasaran PT Teleport Data Persada	38
4.2.2 Manfaat Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran PT Teleport Data Persada	42
4.3 Hambatan Komunikasi dan Solusi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran PT Teleport Data Persada	44
4.3.1 Hambatan Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran PT Teleport Data Persada	44
4.3.2 Solusi Komunikasi Antarpribadi Dalam Mendukung Pemasaran PT Teleport Data Persada	44
V SIMPULAN DAN SARAN	46



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

5.1	Simpulan	46
5.2	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA	47
	LAMPIRAN	50
	RIWAYAT HIDUP	54



DAFTAR GAMBAR

1	Model Linear Komunikasi Interpersonal	15
2	Model Interaktif Komunikasi Interpersonal	15
3	Model Transaksional Komunikasi Interpersonal	16
4	Kerangka Pemikiran	24
5	Struktur Organisasi PT Teleport Data Persada	30
6	Logo PT Teleport Data Persada	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Surat Keterangan Penelitian	50
2	Bersama Para Staf PT Teleport Data Persada	51
3	Bersama <i>Quality Control</i> PT Teleport Data Persada	52
4	Bekerja Magang Sebagai Staf Pemasaran	53
5	Riwayat Hidup	54